

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada kepuasan konsumen. Masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya kepuasan konsumen yang disebabkan oleh rendahnya promosi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Santosa Kota Banjar baik secara simultan maupun parsial. Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan sebesar 55,5% dan sisanya 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen sebesar 27,7% dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 27,8%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research begins with the discovery of problems in customer satisfaction. The problem in this research is the low customer satisfaction caused by the low promotion and service quality. This study aims to determine how much influence promotion and service quality have on consumer satisfaction at CV. Santosa Banjar City either simultaneously or partially. And to answer the problem formulation regarding promotion, service quality and customer satisfaction.

The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 93 respondents. Testing the research instrument using validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination and using SPSS 25 tools. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between promotion and service quality on consumer satisfaction.

The magnitude of the influence of promotion and service quality on consumer satisfaction simultaneously is 55.5% and the remaining 44.5% is influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the effect of promotion on consumer satisfaction is 27.7% and the effect of service quality on consumer satisfaction is 27.8%, so it can be concluded that service quality has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: Promotion, Service Quality, and Consumer Satisfaction.